

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :

ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : REZA RAMADHAN
NIM : 041014099
TAHUN PENYUSUNAN : 2016

JUDUL:

Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga pada Niat Nabasah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*.

ISI:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga pada Niat Nabasah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*.

Penelitian ini menggunakan *Theory Acceptance Model* dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu kuesioner. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri yang belum menggunakan *mobile banking*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dan *aksidental sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibiliti dan Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Surabaya.

Saran bagi Bank Syariah Mandiri diharapkan untuk lebih meningkatkan sistem kredibilitas untuk mencegah terjadinya tindak kejahatan melalui layanan *mobile banking*, sehingga nasabah akan merasa aman dalam bertransaksi serta privasi data nasabah terjaga dan diharapkan untuk memberikan harga yang sesuai dengan layanan yang diberikan.

Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan pengujian pada teknologi informasi lainnya dengan mengembangkan teori penerimaan teknologi dan menambahkan dalam perspektif syariah.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, persepsi harga, niat menggunakan, *mobile banking*

MINISTRY OF EDUCATION AND CULTURE
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS AIRLANGGA UNIVERSITY

STUDY : ISLAMIC ECONOMICS
LIST No. :

ABSTRACT
THESIS OF ISLAMIC ECONOMICS BACHELOR

NAME : REZA RAMADHAN
NIM : 041014099
YEARS OF PREPARATION : 2016

TITLE:

Perceived Easy of Use, Perceived Credibility, and Perceived Price in Accordance Intention to Use Mobile Banking in Bank Syariah Mandiri Surabaya.

CONTENT:

This study aims to discover the impact of Perceived Easy of Use, Perceived Credibility, and Perceived Price in Accordance Intention to Use Mobile Banking in Bank Syariah Mandiri Surabaya.

This study uses the Theory Acceptance Model with quantitative approach using the Regression Linear Multivariate. The data source of this study uses primary data from questionnaire. The population characteristic in this study is the Client of Shariah Mandiri Bank that are not using Mobile Banking feature. The sample collected in this study reached 100 respondents. The sample collecting technique used is Nonprobability Sampling and accidental sampling.

The result of the study shows that Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, and Perceived Price in accordance significantly impacting towards the Intention to Use mobile banking of Bank Syariah Mandiri Surabaya.

Suggestion towards Bank Syariah Mandiri to upgrade the credibility to prevent the occurrence of crime through the mobile banking feature so that the clients will feel safe in using transactions thus their privacy as well and to give the appropriate price towards the feature they provide.

Suggestion towards the next study to conduct the research in different areas of Banking feature in developing the theory of technology acceptance while adding the Islamic Economical Law perspective.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, Perceived Price, Intention to Use, Mobile Banking.